

INNOVACIÓ DES DE BAIX AMB SENTIT EMPRESARIAL: LES ESCI

Mario E. Vargas Sáenz PhD [1]

Traducció: Joaquin Martínez Ortiz

L'ordre econòmic mundial i els mecanismes que s'han establert per a generar i distribuir el benestar han ocasionat una accentuada concentració de la riquesa en uns quants i, en conseqüència el desequilibri, la desigualtat i l'exclusió socials. Davant d'aquesta situació han sorgit esquemes empresarials que responen a les necessitats concretes de sectors exclosos del desenvolupament que comunament no han tingut accés a oportunitats de creixement i progrés. A algunes d'aquestes formes d'organització se'ls ha denominat "Empreses Socials". Les empreses tradicionals tenen com a principal objectiu produir utilitats, és a dir, un emprenedor que vol muntar un negoci decideix arriscar un capital perquè es multiplique i millorar així les seues condicions de vida. La majoria de les vegades el benefici de l'emprenedoria és només econòmic, i aquest es queda només en les persones que van arriscar capital, els beneficis socials es limiten a la quantitat de llocs de treball que el negoci puga generar. Una empresa social per contra busca que el benefici siga per a tothom, tant per als socis i sòcies, com per als empleats i empleades, els clients i sobretot la mateixa comunitat, hagen o no aportat capital o treball.

El més interessant és que aquest important sector, que adquireix diferents denominacions, depenent del país i de l'escola de pensament, juga un paper rellevant en la vida i el treball de moltes persones, ja siga dels qui prenen decisions, els empleats o aturats. Aquest tipus d'empreses recolzen en valors solidaris i fonamenten la seua acció en principis cooperatius per exercir una activitat empresarial en termes rendibles, sostenibles i competitius en el seu entorn. Igualment es fan propostes de tipus microeconòmic i organitzacionals amb èmfasi en els anomenats models de negoci socials, l'estratègia és la solució dels problemes socials i la millora de la qualitat de vida dels éssers humans de rendes baixes, a través de la seua inclusió en el sistema socioeconòmic per mitjà de l'accés al consum i l'exercici ple dels seus drets i capacitats humanes en la societat i en el medi en què es desenvolupa. Però es veurà amb algun detall tant el context en què aquestes apareixen com les condicions socials i jurídiques que avui ofereix el país per al seu establiment així com un cas concret d'establiment d'empreses socials

acompanyat per la Universitat EAFIT al municipi de Medellín durant el període 2007-2010 que donarà sense cap dubte llums sobre les oportunitats i lliçons apreses dels models d'empreses socials en context.

Premisses i alguns antecedents a Colòmbia:

A principi del segle XX, va començar a enfortir-se la noció d'un sector cooperatiu, diferenciat dels sectors tradicionals. Posteriorment, al sector cooperatiu hi va ser incorporada l'empresa mutual, i en àmbits francòfons començà a difondre's el concepte d'economia social que s'expandí per Europa sota el fil conductor de la doctrina cooperativa i en especial dels principis de democràcia en la presa de decisions, lliure adhesió, primacia del treball i propietat dels mitjans de producció.

No obstant això, la noció d'economia social no abriga a formes organitzacionals pròpies del context anglosaxó, on l'accent és posat en organitzacions privades que no reparteixen beneficis, amb participació de voluntaris i atenuants de fallades de mercat i d'estat. Sota la mirada anglosaxona, el tercer sector s'amplia cap a altres organitzacions sense ànim de lucre, que incloïen organitzacions on no sempre es duen a terme pràctiques coincidents amb la doctrina cooperativa en el sentit que no hi ha democràcia en la presa de decisions però sí voluntarietat en l'acte social, dirigit a satisfer les necessitats de tercers (no associats), és el cas de fundacions, ONG, voluntariats, entre d'altres.

D'altra banda, des de final dels anys setanta del segle passat es va desenvolupar a Llatinoamèrica una noció en què l'èmfasi es fa en les organitzacions que actuen per a solucionar necessitats econòmiques, socials i culturals des d'un àmbit local i en ocasions per fora del mercat. Aquesta noció abrigà el concepte d'economia solidària.

A Colòmbia, les anteriors nocions van calar profund en l'estructuració d'un sector cooperatiu promulgat en la Llei 79 de 1988 constituït per totes les formes cooperatives on les aportacions paral·lelament resultaven ser beneficiàries de l'activitat empresarial. Per fora d'àmbit quedaven els fons d'empleats i les associacions mutuels. Posteriorment, la Llei 454 de 1998 amplià la noció de sector cooperatiu a sistema d'economia solidària i en aquesta es va incloure, al costat de totes les formes cooperatives, les mutuels i els fons d'empleats. Sota aquesta noció quedaren amb nexes de proximitat organitzacions com juntes d'acció comunal, voluntariats, caixes de compensació i fundacions, totes caracteritzades perquè les seues aportacions s'organitzen per a beneficiar a tercers.

Fins aquest moment la noció d'economia solidària tenia més proximitat a la noció d'economia social que a la noció de tercer sector. Actualment, algunes institucions fomenten la inclusió d'organitzacions voluntàries, caixes de compensació i fundacions dins d'una noció macro anomenada sector ampli de l'economia solidària, sota el fil conductor de la solidaritat com a sector diferenciat i caracteritzat per abrigar en un mateix espai empreses solidàries com les cooperatives i organitzacions socials com els voluntariats, en una singular construcció que inclou les nocions d'economia social i tercer sector en un mateix concepte constituït per un univers social gairebé il·limitat i encara difús i dispers.

En aquest context, es van establir diverses fonts de construcció organitzacional d'un gran sector social i solidari, sense que jurídicament s'establiren contradiccions entre aquests. En rigor, l'univers major d'empreses socials i solidàries està definit en l'Estatut Tributari de la Direcció d'Impostos i Duanes Nacionals, que estableix el títol d'entitats sense ànim de lucre i inclou totes aquelles organitzacions que no reparteixen entre els seus membres les utilitats generades en compliment del seu objecte social; I, d'altra banda, es defineix en la Llei d'economia solidària un univers substancialment menor i acotat per pràctiques associatives i autogestionàries d'empreses de naturalesa cooperativa.

Sota aquest nou plantejament és possible trobar una multiplicitat d'entitats amb un denominador comú: totes es constitueixen com a organitzacions sense ànim de lucre. No obstant això és possible destacar dos grups: un conformat per empreses d'economia solidària com cooperatives, mutuels i fons d'empleats; i, un altre per organitzacions solidàries de desenvolupament com fundacions, voluntariats, juntes d'acció comunal, caixes de compensació, entre d'altres. A aquesta dimensió no correspon formalment cap àmbit jurídic que l'arroke, malgrat els intents sostinguts de crear espais de discussió per a la proposta d'un dret associat al sector solidari, anomenat dret solidari.

La constitució política de Colòmbia de 1991 en el seu article 58, relatiu al sector social de l'economia, inclou com a part d'aquest sector "L'estat protegirà i promourà les formes associatives i solidàries de propietat", l'article 333 en un dels seus apartats ens diu "l'empresa, com a base del desenvolupament, té una funció social que implica obligacions. L'estat enfortirà les organitzacions solidàries i estimularà el desenvolupament empresarial". L'article 334 diu "la direcció general de l'economia estarà a càrrec de l'Estat. Aquest intervindrà, per mandat de la llei, en l'explotació dels recursos naturals, en l'ús del sòl, en la producció, distribució, utilització i consum dels béns, i en els serveis públics i privats, per a racionalitzar

l'economia amb la fi d'aconseguir la millora de la qualitat de vida dels habitants, la distribució equitativa de les oportunitats i els beneficis del desenvolupament i la preservació d'un ambient sa. L'Estat, de manera especial, intervindrà per a donar plena ocupació als recursos humans i assegurar que totes les persones, en particular les de menys ingressos, tinguin accés efectiu als béns i serveis bàsics. També per a promoure la productivitat i competitivitat i el desenvolupament harmònic de les regions”.

La gerència social és filla legítima dels programes de modernització de l'Estat impulsats des de la CEPAL i l'INDES a principi dels anys 90 del passat segle que després es van estendre a les organitzacions del Tercer Sector les quals van ser “descobertes” com a instruments d'execució de les polítiques socials i dels projectes que les entitats governamentals no estaven interessades a seguir realitzant en forma directa. Aquest viratge s'emmarca en el pas de la matriu estadocèntrica a la matriu sociocèntrica. [2] Contractació de serveis, eficiència, àmplia cobertura, baixos costos i flexibilitat ser els criteris gerencials que l'Estat va començar a promoure en la seua relació amb les ONG que pretenien accedir als recursos públics. Aquesta exigència externa alhora amb les de la cooperació internacional de desenvolupament va fer més visible el dèficit quantitatiu i qualitatiu de la formació gerencial Tercer Sector. Dèficit estés a l'absència d'indicadors i sistemes de control i avaluació de la gestió no només social sinó administrativa, humana i financera de les ONG. Exigències que se segueixen augmentant amb la implementació de sistemes de gestió de la qualitat per qualificar en licitacions públiques de contractes de consultoria i prestació de serveis. Pressions de l'entorn que han portat a un grup representatiu d'ONG a evolucionar al concepte d'empresa social.

L'evolució de les ONG cap a l'empresa social no és un imperatiu del Tercer Sector ni de totes les ONG. Com en tot procés hi ha oportunitats i hi ha amenaces. Les oportunitats resideixen en l'assoliment de la sostenibilitat, en l'assegurament d'excedents per a l'enfortiment institucional, en l'optimització dels recursos, en la possibilitat de millorar els nivells de remuneració del personal i a poder assolir estàndards de qualitat. Les amenaces s'incuben en els riscos de pèrdua d'identitat, de renúncia a l'ideal de canvi humà i transformació social, del predomini dels objectius i interessos econòmics sobre els socials, en l'incentiu de la competència sobre la col·laboració, en l'adopció de pràctiques “non santes” com el tràfic d'influències i la corrupció per fer-se als contractes oficials i en l'abandonament definitiu de la mística i del voluntariat com a força social. Correspon a cada

Assemblea de socis, a cada Junta Directiva, a cada Direcció Executiva de les ONG analitzar els pros i els contres d'aquesta evolució. Finalment, no s'ha d'oblidar que la implantació a ultrança de la gerència social no és garantia certificada contra les fallides i el col·lapse.

A Colòmbia, com en altres regions del món, les empreses socials han passat per períodes d'expansió i auge, han estat model de desenvolupament a seguir, però també han tingut períodes que han provocat desànim en els seus associats i defensors, per desviaments i fracassos. Avui dia, moltes lliçons han estat apreses, i han donat una perspectiva encoratjadora per a aquest tipus d'empreses. La interrelació de nombrosos factors interns i externs determina que les empreses socials, com qualsevol tipus d'empresa, siguin o no exitoses. Tot i ser molts els factors que poden caracteritzar les empreses socials èxit –si es poden identificar plenament sota aquesta categoria, i la seua contribució a l'enfortiment de l'economia i en particular del sector social, són tres els factors que més incideixen en el seu desenvolupament, dit pels mateixos empresaris socials i són: el desenvolupament de productes, impacte social comunitari i organització. Vistos amb una mica més de detall serien:

Organització: Es refereix a la relació organitzativa que té l'empresa com la participació dels socis, nivells democràtics en la presa de decisions, lideratge i cohesió.

Capacitat empresarial: Es refereix a les empreses la cultura es va transformar de productor a empresari.

Desenvolupament de productes: Empreses que s'han enfortit a realitzar la diversificació de productes, innovació i disseny d'empaquetatges, selecció i transformació de matèries primeres.

Innovació i ús de tecnologies avançades: Són les empreses socials que hagen creat i utilitzen actualment un procés o diversos amb tecnologia.

Comercialització: Són empreses que han aconseguit integrar la producció a la distribució.

Impacte social comunitari: Són empreses considerades exemple en les seues comunitats per ser generadores d'ocupació i/o donen serveis a la comunitat.

Integració ecològica amb el medi ambient: Són empreses compromeses amb l'ecologia utilitzant tecnologia amigable amb el medi ambient.

Rendibilitat i enfortiment financer: Empreses que han aconseguit disminuir la despesa d'operació i els costos de producció en forma significativa.

Equitat de gènere: Empreses que ofereixen les mateixes oportunitats de treball i desenvolupament a les dones i als homes.

Integració de cadenes productives: Són aquelles empreses que han unit els seus esforços per a compactar l'oferta.

Impacte en el desenvolupament regional: Empreses que detonen vocacions productives locals, creen mecanismes reguladors de preus, promouen l'arrelament en els habitants.

En definitiva, es destaca que si bé l'economia solidària és una construcció normativa colombiana, manté referents organitzacionals d'origen en l'economia social i, en la seua extensió, obri espais per a pràctiques solidàries afins, a les desenvolupades en l'àmbit de les empreses no lucratives que formen part de la creixent difusió d'un tercer sector. En el debat ideològic, polític i acadèmic hi ha un consens a reconèixer i acceptar els diferents actors socials que tenen ingerència, recursos i accions en el desenvolupament humà: l'Estat, l'empresa privada, les organitzacions civils del tercer sector, les comunitats, les agències multilaterals i la cooperació internacional. Els representants d'aquests actors exposen i confronten les seues tesis en multitud d'escenaris públics i privats del planeta. El reconeixement com a actor social implica l'acompliment d'un rol precís en quant a ser portador d'interessos, de poder, aspiracions, voluntats i propòsits específics d'un sector siga aquest governamental o no governamental; i en un món globalitzat els escenaris d'actuació creuen l'internacional, el nacional, el regional i el local fent del simple un assumpte complex.

L'empresa social: primeres definicions

“El terme Empresa social fa referència a tota activitat privada d'interès general, organitzada a partir d'una iniciativa empresarial que no té com a raó principal la maximització d'utilitats sinó la satisfacció de certs objectius econòmics i socials, així que la capacitat de donar solucions innovadores als problemes d'exclusió i atur mitjançant la producció de béns i serveis.” [3]

Des del punt de vista de la propietat i l'ànim de lucre de les empreses, aquestes es classifiquen en: a) Organitzacions sense ànim de lucre (com les fundacions i les ONG), les entitats públiques, i les organitzacions cooperatives i b) les societats comercials de caràcter privat amb ànim de lucre, les quals tradicionalment se'ls adhereix l'etiqueta d'"empreses" són les societats comercials de propietat privada amb ànim de lucre, així com les empreses de l'Estat i les de caràcter mixt.

Al començament de la dècada de 1990, va emergir en el panorama acadèmic una nova figura organitzacional que no necessàriament obeeix a l'ànim de lucre o a l'estructura de propietat, sinó més aviat a la naturalesa de l'activitat desenvolupada. Es tracta d'aquelles empreses socials la finalitat de les quals és la solució de problemes socials bàsics dels éssers humans d'una manera autosuficient i rendible. En aquest tipus d'empreses els atributs de "sense ànim de lucre", "públic, o privat" passen a un segon lloc per a definir-les i classificar-les. Aquest últim tipus d'empreses genera una nova categoria organitzativa que permet simultàniament la creació de valor econòmic i social, és a dir, materialitza paral·lelament aquests processos per a convertir-se en híbrida (Mair i Noboa, 2003).

No obstant això, se sosté en la literatura acadèmica que el predomini de la "creació de valor social" és la característica més important de l'empresa social, entenent per aquest: "la recerca del progrés social, mitjançant la remoció de barreres que dificulten la inclusió, l'ajuda a aquells temporalment debilitats o que no tenen veu pròpia i la mitigació dels efectes secundaris indesitjables de l'activitat econòmica" (Austin et al., 2006 p. 296), o d'una manera més resumida: "la millora de les condicions de vida de remoure barreres a la inclusió social, donar suport a poblacions debilitades o sense veu, o disminuir les externalitats negatives (com la degradació mediambiental)" (SEKN, 2006). Així, per exemple, en el sector del microcrèdit, s'entén la creació de valor social com la intersecció dels negocis amb la base de la piràmide, sempre que s'augmenten l'ingrés disponible dels pobres i es millore la seua autoestima (Chu, 2007, pàg. 316).

Ara si prenem altres percepcions, ens trobem que per a donar una definició més informada sobre el que són les empreses socials citarem les paraules d'Antonella Noya [4], administradora del programa LEED (Programa per al desenvolupament local i ocupació) de l'OCDE: "Les empreses socials són associacions que s'organitzen amb un esperit empresarial per a assolir objectius socials i econòmics que assumeixen diferents formes legals d'acord al país. La característica distintiva és la seua capacitat per a dissenyar solucions innovadores i dinàmiques als problemes d'atur i l'exclusió social, contribuint al tipus de desenvolupament

econòmic que reforça la cohesió social, que és una de les facetes del desenvolupament sostingut”.

Itàlia, és un país on les empreses socials han tingut un gran desenvolupament convertint-se en una font d'ocupació per a moltes persones que tenen dificultats per a ingressar al mercat laboral, ja siga per la seua situació socioeconòmica o per algun desavantatge en el mercat com discapacitat, edat, etc. Allà hi ha dos tipus d'empreses socials:

TIPUS A: Presten serveis als associats, famílies i comunitat en general, com és el cas de les escoles bressol i els centres per a la cura d'ancians i discapacitats, entre d'altres. Els ingressos d'aquestes empreses vénen majoritàriament de contractació amb l'Estat i una altra part més petita de contractes amb privats.

TIPUS B: Promouen l'ocupació per a persones amb dificultat per a trobar una feina. La majoria d'aquestes empreses es dedica a prestar serveis, com és el cas de les empreses de neteja, d'altres a la producció i venda d'artesanies, la producció industrial i en una proporció més petita al comerç.

Les empreses socials sorgeixen com a resposta a la necessitat de la societat d'organitzar-se per a donar solució a molts dels problemes que no eren resolts ni per l'Estat ni per les empreses privades. Aquestes necessiten d'una governança tal que estiga en capacitat de valoritzar el capital humà; de gerenciar la producció i distribució de productes immaterials caracteritzats d'una forta dimensió relacional que deriva de la disponibilitat de xarxes de competència professional així com de relacions de confiança que s'estableixen entre els subjectes que es beneficien de manera directa i indirecta; de promoure una orientació proactiva de l'empresa capaç de ser flexible però no inconsistent respecte als elements de mutació que caracteritzen el context en què actua; i de sostenir la innovació sense limitar-se simplement a regular processos productius segons procediments estandarditzats fixats amb anterioritat. [5]

En molts llocs del món es pretenia que l'Estat fos el responsable del benestar de la població i havia de brindar a totes les persones salut, educació i seguretat social. En altres parts es pretenia que fos l'empresa privada la que brindés tots aquests serveis, i com s'anaven a necessitar moltes empreses per això ja hauria ocupació per a tots i totes, i així podríem pagar aquests serveis. Cap de les dues formes funcionà, en la primera l'Estat no va poder assumir tota la càrrega i estalviava en la qualitat dels serveis per a poder assumir el cost de donar-los a tot el món. La

segona forma va ser pitjor perquè finalment no es va poder emprar a tota la gent, i quedà exclosa una gran part de la població que ni podia pagar pels serveis del sistema social, augmentant així els nivells de pobresa.

Les persones en resposta a aquesta situació van començar a autoorganitzar-se, ja siga perquè ajudant-se mútuament pogueren brindar-se a si mateixos els serveis que requerien, o per ajudar a altres que estaven exclosos de tota protecció social. D'aquests grups van sorgir les Organitzacions Socials. La Solidaritat és un valor que apareix generalment en situacions difícils i ha mogut des de sempre els éssers humans per a ajudar-se mútuament o ajudar a altres. Les organitzacions socials tenen com a valor fonamental la solidaritat i la poden expressar de dues maneres:

Cap a fora: Són les organitzacions que es creen per ajudar a altres que generalment estan en desavantatge o tenen alguna vulnerabilitat. Entre les que expressen aquest tipus de solidaritat trobem les fundacions, les associacions i les corporacions.

Cap a dins: Són organitzacions creades per un grup de persones que busca ajudar-se entre ells, ja que unint-se poden ser més forts, ja siga per comercialitzar un producte, per fer una compra o accedir a serveis als quals no podrien si estigueren sols, com el crèdit, la salut, l'educació, etc. Aquest tipus de solidaritat es diu Mutualista, ja que la solidaritat és mútua. Entre les organitzacions que expressen aquest tipus de solidaritat trobem les cooperatives, les precooperatives, les mutuels i els fons d'empleats.

Característiques de les empreses socials

Les empreses socials es caracteritzen per no tenir com a fi últim de la seua existència el rendiment financer i l'obtenció d'utilitats, sinó aconseguir millors beneficis per a un major nombre de petits productors i de les seues comunitats, per als consumidors finals i per al desenvolupament ecològic, social i culturalment sostenible.

Com se sap, a Colòmbia no hi ha una legislació específica sobre aquesta realitat. La llei sobre l'empresa social Italiana [6] defineix com a característiques de les empreses socials el fet que siguen privades i puguin assumir diferents formes jurídiques, no només aquelles que són típicament del tercer sector (cooperatives socials, organitzacions de voluntaris, etc.); que estiga en grau de gerenciar de forma estable i contínua la producció de béns i serveis, distingint-se així d'altres

formes extemporànies i no contínues que caracteritzen sobretot les activitats dels subjectes que integren el tercer sector (vgr. ONG que naixen per atendre un conveni o una invitació de cooperació internacional...); que no té ànim de lucre, imposant en aquesta manera un vincle important a nivell de la distribució de la riquesa generada (excedents) sobretot en el cas en què l'empresa social assumira una figura típica del sector comercial; i, la producció de béns i serveis d'“utilitat social”.

Per això el perfil identitari de l'empresa social es descriu com a organitzacions privades, amb estructura d'empresa però que operen per aconseguir una finalitat pública, o també, que en operar no responen només als interessos dels seus propietaris. Es tracta doncs d'organitzacions que naixen sobre la base de processos de reconeixement recíproc respecte a la presència de necessitats no satisfetes per les agències públiques i privades. Les empreses socials incorporen persones que no només comparteixen les mateixes necessitats sinó d'altres que intenten activar-se per respondre a necessitats d'altres més. En aquest camp ha estat força comú trobar una relació entre l'empresa social i l'Estat caracteritzada com de client –servidor, contractant o participant en convocatòries públiques, en igualtat de condicions amb altres actors, a satisfer aquests requeriments de l'Estat, el que ha portat en no pocs casos al fet que no siga reconeguda com a tal per la seua especificitat i fins i tot que l'interior d'aquesta acabe burocratitzant-se la seua gestió convertint-se en una organització empresarial més oblidant els seus fins essencials.

L'especificitat de l'empresa social:

El terme “empresa”, s'usa especialment per a etiquetar les societats comercials (corporations) amb ànim de lucre d'estructura de propietat privada, on regeix la lògica de la creació de riquesa i valor econòmic per als propietaris. Però el sorgiment de l'anomenada empresa social va ampliar aquesta frontera en permetre l'ús de la paraula “empresa” per assenyalar també a algunes organitzacions en les quals, tot i no perdre la importància de la creació de valor econòmic, predomina la creació de valor social.

Així, per exemple, Mair i Noboa (2003) conceben l'empresa social com una organització híbrida (creació simultània de valor econòmic i social), en la qual, per la seua categorització, no seria indispensable tenir en compte el seu caràcter privat o públic, tampoc la seua naturalesa jurídica particular (societat comercial, fundació, trust, aliança estratègica, joint-venture, corporació, empresa de l'Estat, cooperativa,

fundació, ONG, etc.) o la seua orientació de lucre, sinó la integració organitzativa d'una missió social catalitzadora del canvi social, implementada mitjançant un model de negoci autosuficient, embegut en un context socioeconòmic i cultural específic (Mair i Noboa, 2003; Mair et al., 2004b)

Finalment, un últim punt de referència per a començar a establir l'especificitat de l'“empresa social” (social enterprise), és la proposta del DTI (Departament of trade and Industry, del Regne Unit (2002): “Les empreses socials són negocis amb objectius socials primordialment, que no estan orientades cap a la maximització del benefici per als accionistes o propietaris, sinó que els seus beneficis són reinvertits en el negoci mateix o en la comunitat. Aborden un ampli rang de temes socials i ambientals i operen en tots els sectors de l'economia. El govern creu que les empreses socials, mitjançant l'ús de models de negoci que solucionen problemes socials, tenen un paper diferent i valuós en ajudar a crear una economia inclusiva, sostenible, forta i social”.

Com s'observa en aquesta definició, la creació de valor econòmic a l'empresa social no està relacionada o alineada amb la perspectiva de la “ideologia gerencial” tradicional el propòsit és la maximització del benefici, la riquesa i del valor per a l'accionista/propietari (Friedman, 1970), sinó amb la reinversió dels beneficis en el negoci mateix i en la comunitat. Deu ser llavors un error buscar un contingut per a la creació de valor econòmic a l'empresa social, partint dels conceptes de la racionalitat tecnicofinancera de la teoria financera de tall neoclàssic, on el factor de creació de valor és el benefici (ingrés) residual (Estrada, 2006), o en altres paraules, l'obtenció de resultats econòmics per sobre del cost de capital i/o de la rendibilitat exigida pels accionistes (Faus, 1998).

Continuant amb aquest procés argumentatiu per a conceptualitzar el fenomen analitzat, i amb base en els postulats de la teoria dels recursos i les capacitats de la signatura (resources-based view), es proposa que a l'empresa social es combinen recursos i capacitats empresarials per la millora social, però dins de la lògica d'un model de negoci que comercialitza béns i serveis d'una manera autosostenible en el temps (Haugh, 2005). Es tracta d'una forma organitzacional en la qual es configura una síntesi entre el benefici econòmic i el benefici social, però establint un límit a la distribució dels beneficis (Defourny i Nyssens, 2006, pàgs. 11-12; DTI, 2002; Wallace, 1999).

Ara bé, algunes de les últimes propostes acadèmiques relacionades amb la responsabilitat social de les empreses amb ànim de lucre de caràcter privat

(corporations), prescriuen la necessitat d'integrar la creació de valor social a la creació de valor econòmic a través de l'estratègia empresarial; és a dir, es recomana la incorporació de la dimensió social en l'estratègia de negoci especialment en la manera com es configuren els impactes de la cadena de valor en el context competitiu (Porter i Kramer, 2006) i, també, incloent en la proposta de valor una dimensió social (Hart i Christensen, 2002; Porter i Kramer, 2006; Prahalad, 2005; Prahalad i Hart, 2002; Prahalad i Brugmann, 2007), de tal manera que les dimensions social i econòmica s'erigeixen en l'empresa com una unitat inseparable i harmònica, fins i tot en l'últim treball de Yunus: les Empreses Socials, publicat en espanyol el 2011.

Models d'evolució de les empreses socials

Les empreses socials poden sorgir a través de diversos processos, en el cas de l'emprenedoria és un procés de NAIXEMENT, ja que des que es concep l'empresa hi ha claredat que vol una Empresa Social. Altres processos de creació menys comuns es donen a partir de la TRANSFORMACIÓ d'organitzacions sense ànim de lucre ja existents, en empreses socials mitjançant l'adopció dels seus principis. Aquests processos són:

Germinació : Es dona quan una organització decideix promoure la creació d'una empresa social. En aquest cas la primera actua com l'organització mare i la segona com l'organització filla. L'autonomia d'una organització pel que fa a l'altra pot ser alta o baixa, segons com ho projecte el grup promotor de l'emprenedoria. En els casos en què ***l'autonomia és baixa***, l'organització filla actua com un braç operatiu de la mare qui manté el control administratiu i econòmic. En el cas contrari, la filla és independent administrativament de la mare però mantenen una estreta relació de complementarietat, la filla pot contractar amb altres entitats diferents a la mare, per això ***l'autonomia és alta***. En ambdós casos es manté una relació estreta entre ambdues organitzacions, la filla hereta les xarxes socials de la mare i treballa per a ampliar-les.

Separació : Es dona quan una organització decideix promoure la creació d'una empresa social per a la producció de béns i serveis diferents als que produeix la mare, generalment no socials sinó econòmics. La mare manté el control de propietat sobre la filla però aquesta té autonomia administrativa i les seues utilitats serveixen per a finançar les seues activitats socials. Igual que en el procés de germinació, la filla manté una estreta relació amb la mare i hereta les seues xarxes socials al mateix temps que treballa per ampliar-les.

Incubació : Es dona quan en l'organització apareixen problemes o divisions internes. Generalment un petit grup decideix crear una nova organització que adopte els principis de l'empresa social sense mantenir cap tipus de relació amb la mare.

Finançament de l'empresa social

- Recursos del govern local i nacional. És estratègic pensar en la possibilitat de fer uns canvis pertinents, recomanats per la comunitat, davant que part del pressupost participatiu per al desenvolupament de la comuna siga destinat a aquests projectes d'emprenedoria. El pressupost participatiu pretén enfortir els lideratges col·lectius mitjançant un acostament amb la gestió pública per a enfortir el treball en conjunt entre la ciutadania i l'Estat. La viabilitat de l'empresa social s'enfoca precisament en el mercat potencial d'aquesta.
- Consecució de la infraestructura de l'empresa social (serà inclòs en els costos de producció).
- Contrapartida de les empresàries en espècie i rubro d'entrada al negoci.
- ONG
- Després que les empresàries estiguen amb el seu negoci totalment establert, aquestes tindran el compromís legal i moral de fer la transferència de coneixement del seu procés a altres cèl·lules productives.
- Rendibilitat pròpia per la producció de l'empresa social.
- Quota simbòlica d'ingrés a l'empresa social per part de les dones involucrades en el projecte. Ex. un 50% del salari mínim mensual legal vigent per dona.
- Un 30% com a mínim del capital de treball requerit en entrades i matèries primeres serà aportat per l'agrupament de dones. L'altre 70% serà prestat pel finançament obtingut per les autoritats locals.
- Les dones que pertanyen als agrupaments saben que crear empresa no és tasca fàcil. Saben que el compromís és gran i que totes han de tenir el mateix adreçament per tal que prospere la idea que totes volen i necessiten es materialitze per al benefici propi i de les seues famílies. A més, són conscients que perquè l'empresa prospere sempre hi ha una etapa inicial que és difícil i que necessita del suport i compromís de totes perquè l'empresa no tinga ensopegades en el caminar del projecte. Per aquesta raó les dones que integren el grup s'han de comprometre que dels ingressos se n'haurà de reinvertir fins al 40% perquè l'empresa aconseguisca l'estabilitat financera.

Una experiència com a model d'empresa social a Medellín. Las ESCI

En algunes comunes de la ciutat de Medellín, des de fa 6 anys, EAFIT Social en aliança amb la Secretaria de les Dones de la ciutat ha estat treballat en la promoció de l'autonomia econòmica com a condició d'autosostenibilitat i en l'exercici afirmatiu dels drets, particularment amb la població de dones, considerades no només com un sector d'alta vulnerabilitat, que ocupa més del 50% de la població de la ciutat, sinó pel seu potencial important en la generació de nous models de desenvolupament econòmic, com empresàries socials. Després d'una inversió en aquest període propera als 3 milions de dòlars, fruit d'aquest esforç compartit avui existeixen 11 empreses socials de cura, que generen treball per a 39 associades, atenció per a 540 xiquetes i xiquets menors de 5 anys i un impacte directe a més de 1200 famílies. Igualment en aquest marc de conveni es va donar vida a dues empreses socials de producció d'aliments i una de turisme rural al corregimiento de Santa Elena de la mateixa ciutat.

És ací on entra l'empresa social com un model d'empresa que té com a objectiu associar a totes les dones que pertanyen a aquests grups informals i que treballen artesanalment a casa perquè tecnifiquen els seus processos, i produeixen a escala industrial. La idea d'aquest model és aconseguir consolidar una idea rendible i que aconseguisca redreçar-se de manera competitiva en el mercat.

En el cas de les Empreses Socials de Cura Infantil (ESCI) s'apel·la a un programa de ciutat denominat Bon Començament, el qual preveu la cobertura en atenció integral als xiquets i xiquetes menors de 5 anys, en unes condicions de dignitat i salubritat adequades. Segons aquests estàndards, EAFIT Social emprén un procés inicialment d'identificació de les dones a la ciutat a través d'un concurs públic denominat: INES: Idees de Negocis per a Empreses Socials. A través d'aquest, es convoca a dones de les comunes que tinguen en els seus projectes de vida la intencionalitat i l'interés de treballar amb primera infància. Després dels filtres corresponents i de portar-les a l'estructuració d'un treball en XARXA, s'arriba a la conformació, després de l'adequada perfilació, de sis agrupaments de dones als quals se'ls inicia el seu procés d'entrenament.

Una innovació en el procés naix d'una necessitat. La legislació Colombiana estableix que perquè una persona es desenvolupi en la cura de menors ha de posseir un títol com tecnòleg en cura infantil o ser Normalista Superior. Gran escull superat amb

l'enginy i la voluntat d'EAFIT Social unida al Rector de la Normal Superior de Medellín amb qui es va poder signar un conveni a través del qual, adoptant la metodologia de l'Alternança, les dones participants del procés, podien en jornades reduïdes d'escolaritat sumant els seus temps laborals, accedir a aquesta certificació. Fruit d'aquest procés en la data en què s'escriu aquest article (març 2014) s'han graduat 93 dones com a Normalista Superiors i n'estan en procés més de 70, amb l'innegable augment de capacitat instal·lada al territori així com el benefici individual i societatari de la mà d'obra qualificada.

Tot seguit entrenaments en cura infantil, en l'organització de l'empresa, en la cura comptable, en els temes de salut, higiene, legislació, etc.

En aquest moment passa una segona i definitiva innovació que ha afegit valor i permet avui que aquest procés siga sostenible: Les entitats padrines. EAFIT Social pertany a una universitat acreditada institucionalment per la seua alta qualitat, però no posseeix les competències específiques de la cura de la primera infància. Per això convoca i convida a quatre organitzacions líders en la ciutat i en el departament en l'atenció i la cura de xiquetes i xiquets menors de cinc anys perquè, de manera voluntària, assumisquen el padrinatge, la formació i la intermediació legal que els permetés a aquestes organitzacions el seu enfortiment, la seua experiència i la seua generació de recursos a través de la contractació amb l'Estat. Aquest servei i missió encara el presten les fundacions Ximena Rico, Carla Cristina, FAN i Las Golondrinas. Gràcies a aquestes s'ha pogut en els últims tres anys (2012-2014) tancar les bretxes de la maduresa en cadascuna d'aquestes organitzacions, desenvolupar les competències de governança en les sòcies i els seus representants legals i, fonamental, articular l'oferta de les ESCI amb el mercat institucional.

Aquest any 2014 s'està dedicant exclusivament al tancament de la bretxa de competència de les representants legals i l'articulació en XARXA d'aquestes ja que el 2015 hauran de participar ja de forma autònoma en el banc d'oferents de l'Estat i, finalment el model serà validat no només com a exercici d'autodesenvolupament i creixement humà i social integral sinó en la seua sostenibilitat en el llarg termini.

S'ha d'agregar que des del segon any de constituïdes ja les ESCI generaven excedents i asseguraven ingressos per a tothom que hi treballen, ingressos superiors al salari mínim mensual legal vigent.

Bibliografia

AA.VV., Impresa Sociale, N. 3, Anno 16, Vol, 75, Issan Edizioni, Trento, 2006.

AUSTIN, J., GUTIERREZ, R., OGLIASTRI, E, & REFICCO, Gestión efectiva de emprendimientos sociales. Lecciones extraídas de empresas y organizaciones de la sociedad civil iberoamericana. Un proyecto de investigación colectiva de la SEKN. México: Planeta, 2006.

BARRERA, DUQUE, Ernesto. La empresa Social y su Responsabilidad Social. Innovar. Revista de ciencias Administrativas y sociales, julio - Diciembre, any/vol. 17, número 030. Universitat Nacional de Colòmbia. Bogotà, Colòmbia. Pàgs. 59-75. 2006

CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE COLOMBIA 1991, Impremta del Congrés de la República., Bogotà, 1991.

DALLA MURA, Franco, Cooperative Sociali, funzioni e rapporti con le pubbliche amministrazioni, CGM, Brescia, 2005.

DEFOURNY, J. & NYSSSENS, M. (2006). Defining social enterprise. En Nyssens, M. (Ed), social enterprise. At the cross roads of market, public policies and civil society (pàgs. 3-26). New York: Routledge.

FRANCO, Rolando, Los paradigmas de la política social en América Latina. En: Políticas públicas y gestión social, una mirada desde la gerencia social. Municipi de Medellín. 1997.

HART, S. & CHERISTENSEN, C. (2002). The great leap. Driving innovation from the base of the pyramid. Sloan Management Review, 44 (1), 51-56.

HAUGH, H.. A research agenda for social enterprise. Social Enterprise Journal, 1 (2005)

MAIR, J. & NOBOA, E. The emergence of social enterprises and their place in the new organizational landscape. Barcelona: Working paper de la IESE business school, 13pàg. (2003).

PRAHALAD, C. K. & Hart, S. Negocios en la base de la piramide. Revista gestión, 5 (3), 90-99. 2002.

TARASCHI, Simona e ZANDONAI, Flaviano, Impresa Sociale, Carocci Editori, Roma, 2006.

VARGAS, Mario, Memorias Diplomado en Empresas Sociales, Llanogrande, 2005-2006,

VÉLEZ RODRÍGUEZ, Alfonso, Liderazgo, transformación y cambio:. Universidad EAFIT, 2005

WALLACE, S. L. Social entrepreneurship: The role of social purpose enterprise in facilitating social community development. Journal of development entrepreneurship, 4 (2), 153-174. 1999.

Notes

[1] Director d'EAFIT Llanogrande i director d'EAFIT Social, es filòsof, especialista en relacions industrials, magister en administració i doctor en Filosofia, mencionà Magna Cum Laude de la UPS Roma.

[2] Veieu. Los paradigmas de la política social en América Latina. Rolando Franco. En: Políticas públicas y gestión social, una mirada desde la gerencia social. Municipi de Medellín. 1997. pàg: 29

[3] OCDE. Organització per a la Cooperació i el Desenvolupament Econòmic

[4] Fòrum internacional d'economia social i solidària. Memòria, Coordinació General del programa nacional de recolzament per a empreses de solidaritat (FONAES), secretaria d'economia, Mèxic, 2002

[5] TARASCHI, Silvia e ZANDONAI, Flaviano, Impresa Sociale, Carocci Faber, Roma, 2006, pàgs. 32-33.

[6] Legge sull'impresa sociale, 13 giugno 2005, n.118 e Legs. 24 març 2006, núm. 155.